

Exemple n°78 Tariquet
imaginez-vous plus
du pays !



IPO fonds
propres
à capital
humain
CIC

Avec IPO, TARIQUET cultive le succès

Depuis 1912, le Domaine du Tariquet est devenu une institution dans l'univers du vin. **Précurseur sur les vins blancs de pays**, l'entreprise a perduré grâce à ses **innovations**. Rencontre avec Rémy Grassa, un jeune dirigeant passionné, soucieux de développer le patrimoine familial.



DOMAINE DU
TARIQUET
Famille Grassa

Quelles sont les origines de l'entreprise ?

Rémy Grassa :

Le Domaine du Tariquet est une entreprise familiale depuis 3 générations. À l'origine, le domaine était spécialisé dans la production d'armagnac. Mon père et ma tante ont permis à l'entreprise de se diversifier dès le début des années 80, avec la mise en marché des premiers vins blancs de pays. C'était inédit d'autant qu'à cette époque le vin blanc avait mauvaise presse car trop riche en sulfites. En 2000, nous avons rejoint l'entreprise, et en 2007 nous avons pris la direction du Domaine aux côtés de notre tante, Maité.

Vous gérez toute la production au Domaine ?

Rémy Grassa :

Oui. Nous cultivons, produisons et mettons en

bouteilles sur nos terres, soit près de 900 hectares exploités en vignes. Aujourd'hui, le Domaine du Tariquet produit 9 vins blancs sous l'appellation « Vin de Pays ». Notre cahier des charges étant plus souple que celui des A.O.C, nous sommes autorisés à innover et à expérimenter de nouvelles techniques de récoltes, de production et de nouveaux cépages. Notre investissement en recherche et développement a toujours porté ses fruits.

Vos points forts pour faire face à la concurrence...

Rémy Grassa :

Il y a de très nombreux concurrents sur le segment du vin de Pays, en particulier des récoltants mais aussi des caves coopératives, des négociants, ainsi que les producteurs du Nouveau Monde à l'exportation. Au Domaine, nous nous efforçons de conserver un



Chiffres clés 2008

Date de création : **1912**

Effectif :

76 salariés permanents
(hors saisonniers agricoles)

Chiffre d'affaires : **22 M€**

haut standard de qualité, quel que soit le millésime. Nous avons laissé nos clients s'approprier nos vins, sans mettre en place de stratégie marketing particulière, juste en conservant un rapport prix/plaisir qui fait la différence. Aussi, nous commercialisons auprès de restaurateurs, hôteliers, cafetiers... et exportons près de 40% de la production principalement en Europe du Nord, au Canada, aux USA et au Japon.

Comment définiriez-vous vos relations avec IPO ?

Rémy Grassa :

Elles sont excellentes. IPO est entré dans le capital en 2007 lors de l'opération de transmission. Leur vision à long terme et la conception de l'accompagnement nous ont sincèrement séduits. Notre relation n'est pas uniquement financière, l'équipe nous a réellement apporté un regard neuf.

Et pour les années à venir ?

Rémy Grassa :

Nous souhaitons poursuivre notre développement en consolidant nos acquis. Progressivement, nous renforçons l'équipe commerciale pour accroître la notoriété de notre marque. Nous prévoyons aussi d'importants investissements notamment au niveau de la mise en bouteilles.

Retrouvez toute la saga d'encarts presse sur www.ipo.fr

Le point de vue de Thierry Pastre et David Dickel, en charge de ce partenariat IPO :



« Les premiers contacts, fin 2007, avec les Frères GRASSA, nous ont d'emblée convaincus que le Domaine du Tariquet était entre de bonnes mains. Le témoin a bien été transmis par Yves, père des actuels dirigeants, à ses fils, toujours accompagnés par Maité, leur tante, expérimentée et attentive.

Rémy et Armin sont de jeunes dirigeants, complémentaires, étonnamment réfléchis et néanmoins extrêmement entreprenants. Nous sommes persuadés que le Domaine du Tariquet recèle un fort potentiel de développement, tant dans l'élaboration de nouveaux vins que dans l'approfondissement de ses ventes à l'exportation.

La vigne récompense celui qui sait attendre : l'accompagnement d'IPO s'inscrit ici plus encore qu'ailleurs dans la durée ! »